



GESTÃO MERCADOLÓGICA ESTRATÉGICA DO ECOTURISMO EM RPPNS: RIO SUCURI – BONITO-MS

HELAINÉ APARECIDA SILVA SOUZA; NEIMAR BEZERRA DE OLIVEIRA; ESMAEL ALMEIDA MACHADO; ALENCAR GARCIA BACARJI; LAURO BRITO DE ALMEIDA;

UFPR

CURITIBA - PR - BRASIL

alencarbacarji@gmail.com

APRESENTAÇÃO ORAL

Agropecuária, Meio-Ambiente, e Desenvolvimento Sustentável

GESTÃO MERCADOLÓGICA ESTRATÉGICA DO ECOTURISMO EM RPPNS: RIO SUCURI – BONITO-MS

Agropecuária, Meio-Ambiente, e Desenvolvimento Sustentável.

Resumo

A região de Bonito, Mato Grosso do Sul, é mundialmente conhecida em função do ecoturismo. Dentre seus principais atrativos se destaca o Rio Sucuri, localizado na Reserva Particular do Patrimônio Natural – RPPN – São Geraldo. A presente pesquisa, realizada nesta RPPN, analisou o perfil socioeconômico e a satisfação dos turistas quanto ao passeio de flutuação no Rio Sucuri. A metodologia utilizada possui caráter teórico e empírico, desenvolvida na forma de um estudo exploratório, com pesquisas bibliográficas, de campo e entrevistas. Os resultados e discussões apresentam as características básicas dos fluxos de visitação e do perfil dos visitantes, bem como propostas para incrementar a gestão mercadológica estratégica e ambiental do atrativo. As conclusões apresentam hipóteses e questionamentos para a continuidade das pesquisas no atrativo e na região, com foco nos fluxos turísticos da Serra da Bodoquena, na conservação ambiental por meio do ecoturismo e na qualidade da experiência turística como ponto-chave para a mitigação dos impactos ambientais negativos, bem como para a percepção e interpretação ambiental.

Palavras-chaves: Ecoturismo; Unidade de Conservação; Estratégia; Turismo sustentável; Serra da Bodoquena.

Abstract

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

The region of Bonito, Mato Grosso do Sul, is known worldwide as a function of ecotourism. Among its main attractions are the highlights Sucuri River, located in the Private Natural Heritage Reserve - PNH - Sao Geraldo. This research, conducted in this PNH, analyzed the socioeconomic profile and satisfaction of tourists on the tour of fluctuation in Rio Sucuri. The methodology has character theoretical and empirical, developed in the form of an exploratory study, with bibliographic searches, and field interviews. The results and discussions have the basic characteristics of the flows of visitation and the profile of visitors, as well as proposals to increase the management merchandizing strategic and environmental attraction. The conclusion introduction hypotheses and questions for the continuity of research in the attractive and in the region, focusing on tourist flows from the Serra Bodoquena in environmental conservation through ecotourism and the quality of the tourist experience as key point for the mitigation of environmental impacts negative, as well as for environmental perception and interpretation.

Key Words: Ecotourism; Unit of Conservation; Strategy; Sustainable Tourism; Serra da Bodoquena.

1. INTRODUÇÃO

O mundo presencia grandes e marcantes transformações econômicas, políticas e sociais. No caso das Unidades de Conservação – UCs –, a tendência destas mudanças se traduz, cada vez mais, na pressão pelo uso de espaços específicos para a visitação turística, no sentido de dotá-los de condições e infra-estrutura adequadas para atender com segurança e qualidade os visitantes.

As UCs devem priorizar a proteção à natureza, divididas em Unidade de Proteção Integral e Unidades de Uso Sustentável. Dentre as UCs de Uso Sustentável, destacam-se no presente estudo as Reservas Particulares do Patrimônio Natural – RPPNs –, áreas de domínio privado que buscam conservar a biodiversidade de um local, permitindo a realização de estudos científicos, ações de educação ambiental e o ecoturismo (BRASIL, 2000). Muito embora sejam áreas selecionadas para a conservação da natureza, as RPPNs, em muitos casos, têm sido criados por meio de estratégias mercadológicas de atratividade ecoturística e de manutenção “sustentável” da atividade a longo prazo. Nesse contexto, buscam se posicionar de forma menos predatória do que as demais atividades turísticas realizadas em meio às áreas naturais, por questões legais e para manter o seu produto inserido nos interesses do mercado.

Todavia, o mercado é mutável, dado que o comportamento de compra do consumidor se altera em função de sua classe social, influências externas da mídia, modismos, *status* social e outros fatores motivadores e condicionantes (COBRA, 2001). Além disso, na contemporaneidade os turistas têm também buscado um contato maior com a natureza em seu aspecto intocado (ANDRADE, 1995), em contraposição à vida agitada e sufocante dos grandes centros urbanos (RUSCHMANN, 2004). A busca pelo diferente, pelo inusitado, se materializa nas áreas naturais protegidas, espaços consagrados pela sociedade moderna e geradores de diferenciação social através da

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

manutenção do ideário de *wilderness* (DIEGUES, 2000). Todavia, a natureza almejada pelos turistas não pode ser tão bruta e hostil, dado que estes, muitas vezes, não estão dispostos a abrir mão do conforto das estruturas artificiais de origem antrópica (MORETTI, 2001).

A gestão estratégica abrange o processo de formulação e implementação de estratégias e a concepção e adoção de um modelo organizacional adequado a implementação das estratégias delineadas [...] implica a definição do escopo e análise, do ambiente externo das forças macroambientais, dos relacionamentos e do ambiente competitivo. (TAVARES, 2005, p. 70).

Conhecer as tendências de consumo do mercado e suas nuances é uma importante estratégia de gestão para as UCs privadas, que por sua natureza, priorizam também o lucro. Desta forma, a presente pesquisa partiu do seguinte questionamento: qual o perfil e as preferências de consumo dos turistas que visitam a RPPN Fazenda São Geraldo?

Na busca pela resposta a este questionamento, a pesquisa realizada teve como objetivo geral analisar o perfil socioeconômico dos turistas de seu principal atrativo natural, o Rio Sucuri, bem como seu grau de satisfação quanto aos serviços prestados. Também foram definidos como objetivos específicos: analisar a compreensão dos turistas em relação aos atributos naturais da RPPN e confrontar as suas expectativas com as premissas de conservação da área natural sob estudo.

2. MÉTODO

A metodologia de pesquisa utilizada no desenvolvimento deste trabalho teve caráter teórico empírico, desenvolvida na forma de um estudo exploratório. “A pesquisa exploratória têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, com vistas na formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 1994, p. 44). A escolha deste método de pesquisa deve-se à necessidade de se obter uma visão inicial acerca dos turistas que visitam a RPPN São Geraldo, que tem como maior atrativo ecoturístico o Rio Sucuri. A RPPN está localizada na região conhecida como Serra da Bodoquena, no município de Bonito.

A Serra da Bodoquena localiza-se a sudoeste do Estado de Mato Grosso do Sul. A área do município de Bonito abrange o total de 4.934 km², correspondendo a 1,4% das terras do Estado. Este local onde está situada a cidade de Bonito há alguns anos era propriedade do Sr. Luiz da Costa Leite Falcão, conhecida na época como fazenda Rincão Bonito (VARGAS, 2001).

O turismo é a segunda atividade de importância econômica para o município, sendo a pecuária a de maior destaque, pois é uma prática antiga tanto da região quanto do estado (MARIANI, 2003). A economia se baseia na agropecuária, extração mineral, recursos pesqueiros e atualmente no turismo (MAGALHÃES, 2001). Bonito localiza-se a 290 km da capital Campo Grande e a mais de 1.000 km das grandes metrópoles brasileiras (Figura 1).



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

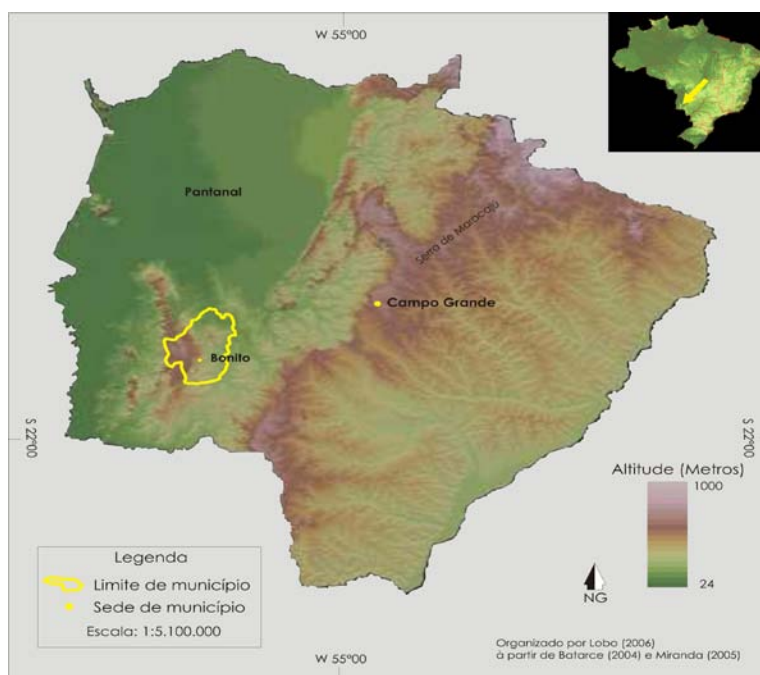


Figura 1 – Localização do Município de Bonito-MS

Fonte: adaptado de LOBO (2006)

As características físicas da Serra da Bodoquena se constituem em seu grande atrativo. Geologicamente, a Serra está associada às rochas carbonáticas do Grupo Corumbá, do período Pré-Cambriano, sendo sustentada por calcários calcíticos. Trata-se de um carste dominado por cones na porção sul, e sistemas fluviais com rios encaixados e menor influência de um sistema cárstico, na porção norte. A inclinação da Serra se dá no sentido Leste, com escarpas da ordem de duzentos metros de desnível a Oeste, voltadas para o Pantanal (BOGGIANI, 2002). As cotas altimétricas variam entre os 350 e 800 metros acima do nível do mar, com uma faixa mais comum entre 400 e 600 metros (SALLUM FILHO et al., 2004). Contrariando algumas informações anteriores, que apontavam a Serra como um carste incompletamente desenvolvido (ALMEIDA, 1965) e com drenagem predominantemente superficial (DIAS, 2000), Sallum Filho e Karmann (2005, p. 43) afirmam que na Serra da Bodoquena existe “um sistema cárstico bem desenvolvido, com um aquífero de condutos em profundidade, evidenciado por postos para abastecimento e por inúmeras nascentes, mas com cavernas pouco frequentes acima do nível d’água e de pequeno desenvolvimento”. Em se tratando de uma área cárstica, a dissolução de minerais carbonatados ricos em cálcio e magnésio faz com que a transparência da água seja muito grande. Isto a torna propícia para a prática de atividades recreativas contemplativas e interativas, como é o caso da flutuação no Rio Sucuri (Figura 2).



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

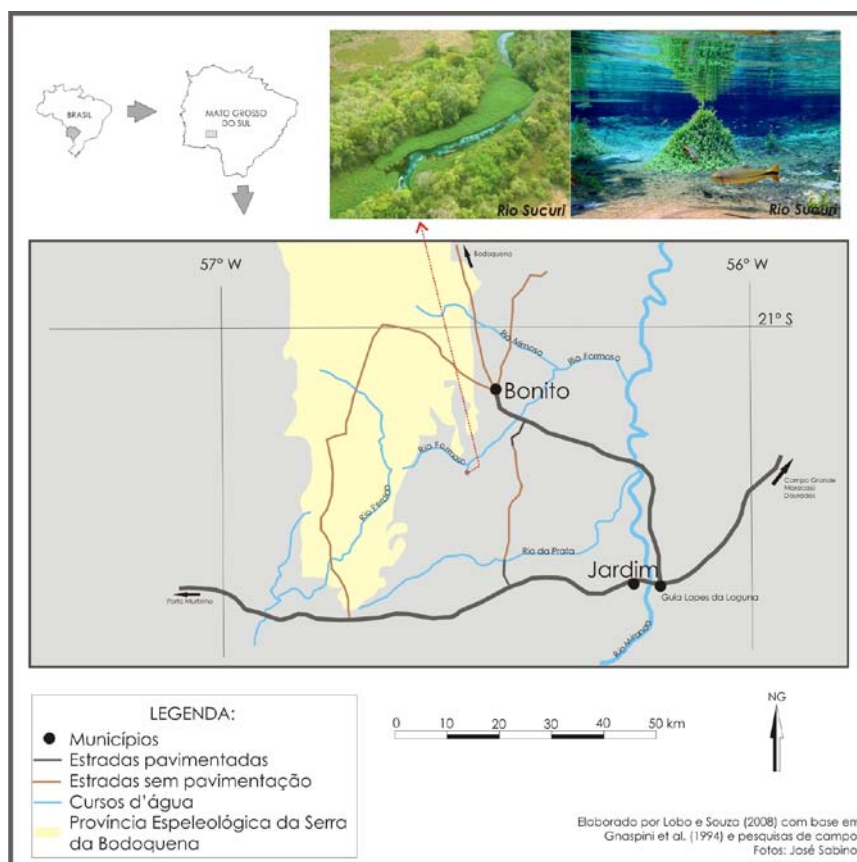


Figura 2 – Localização do Rio Sucuri em relação ao município de Bonito/MS
Fonte: adaptado de LOBO (2006)

Considerando a área apresentada, a presente pesquisa buscou suprir uma carência de informações sobre os turistas que a freqüentam e suas preferências. Para tanto, foi elaborado um questionário com perguntas fechadas e semi-fechadas para dar maior mobilidade e flexibilidade nas respostas. Partiu-se do pressuposto que um questionário tem por finalidade

[...] obter de maneira sistemática e ordenadas informações sobre as variáveis que intervêm em uma investigação, em relação a uma população ou uma amostra determinada. Essas informações dizem respeito, por exemplo, a quem são os turistas, o que fazem e pensam, suas opiniões, sentimentos, esperanças e desejos etc (DENCKER, 1998, p. 146).

Os instrumentos de coleta de informações foram formulados com o intuito de obter a informação com o máximo de detalhe possível, sem, entretanto, cansar o pesquisado – lembrando que este se encontrava em seu momento de lazer. Ao todo foram aplicados 150 questionários, no período de 01 a 28 de março de 2007.

A tabulação, o tratamento estatístico e a análise dos dados coletados foram realizados por meio do programa de análise estatística *Statistics Package for Social Sciences* (SPSS), versão 13, utilizado para análises quantitativas em ciências sociais.

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Caracterização geral do ecoturismo em Bonito

O município de Bonito tradicionalmente teve sua economia pautada na agropecuária. Até os anos setenta, os recursos naturais que atualmente são considerados como atrativos turísticos eram utilizados como espaços de lazer dos munícipes, sendo pouco conhecidos por pessoas de fora da região (BARBOSA e ZAMBONI, 2000; VARGAS, 2001). O café despontava como uma nova perspectiva econômica, recebendo incentivos políticos e financeiros, sobretudo por parte do Instituto Brasileiro do Café – IBC. Tal expectativa não se confirmou, pois as lavouras não apresentaram a produtividade esperada (VARGAS, 2001).

No período posterior, os anos oitenta, a Serra da Bodoquena voltou a ocupar o espaço das expectativas de desenvolvimento econômico no Estado de Mato Grosso do Sul. Essa fase foi fomentada pelos estudos de potencial para mineração, feitos pela Companhia de Pesquisas de Recursos Minerais – CPRM –, no final da década anterior. A construção da Fábrica de Cimento Eldorado da Camargo Corrêa, em Bodoquena, contribuiu para o fortalecimento desse panorama, gerando grande expectativa de aumento no número de empregos no município. Entretanto, a fragilidade ambiental era cada vez mais ressaltada, por meio dos Estudos de Impactos Ambientais – EIAs – para a concessão de lavras minerárias, e pela pressão de grupos ambientalistas e da população local. Em 1988 a Prefeitura Municipal de Bonito desapropriou a área do atual Balneário Municipal, no intuito de fornecer possibilidades de lazer aos munícipes (BOGGIANI, 2001). Foi também à mesma época que a prefeitura editou o primeiro folheto turístico do município (MARIANI, 2003). Além do Balneário Municipal, outros atrativos como a Gruta do Lago Azul, a Ilha do Padre, os rios do Peixe e Sucuri e o Aquário Natural também começaram a receber turistas.

Mas os aspectos que levaram ao crescimento definitivo do turismo em Bonito foram a realização do primeiro curso de guias de turismo de Bonito, entre 1992 e 1993, e a expedição Franco-Brasileira Bonito 92 (BOGGIANI, 2001). Grechi (2002) acrescenta a exposição na mídia televisa de massa como um fator igualmente importante, potencializando e ampliando o conhecimento geral sobre a existência das particularidades ambientais da Serra da Bodoquena. Paralelo ao crescimento do turismo – rotulado sob a alcunha de ecoturismo –, cresceu também a preocupação com a manutenção do ambiente local, visando diminuir a sua degradação e a ampliação da segurança dos turistas.

Uma das iniciativas mais relevantes para o controle do volume de visitação dos atrativos em Bonito foi a adoção do *voucher* unificado. Trata-se de um instrumento de controle, gerenciado pela Central de Impostos Sobre Serviços de Qualquer Natureza – ISSQN – do município. O sistema foi implantado oficialmente a partir da *Resolução n° 001/95* do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, após uma série de negociações junto ao *trade*. Uma das vantagens que apresenta é a possibilidade da prefeitura de controlar a arrecadação de impostos gerados pelo turismo nos atrativos e nas agências, já que os talões de *voucher* são numerados e direcionados pela municipalidade às agências. De forma acessória, o *voucher* também auxilia no controle de capacidade de

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

visitação dos atrativos, que, por meio dos acordos estabelecidos entre os atores do turismo, não recebem muitos turistas se não for por meio das agências, de forma a inserí-los ao máximo no sistema de controle de visitação. A exceção fica por conta dos balneários particulares, que não operam sob a mesma lógica, e que excedem o número de visitantes na alta temporada, o que amplia as consequências negativas do turismo (LOBO, 2006).

O destino Serra da Bodoquena é vendido como ecoturístico e sustentável. Todavia, ele não poderia ser assim chamado, se observadas as teorias sobre tais formas de turismo, tendo como base principal a definição de ecoturismo dada pelo Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR (BRASIL, 1994); e as duas vertentes – conservacionista ou sustentável – que, conforme análise de Pires (2002), este segmento turístico pode adquirir.

Ao analisar a relação entre o custo ambiental *versus* o benefício social gerado pelo turismo na região, pode-se obter um resultado relativamente positivo. O turismo, causador de impactos ambientais como qualquer outra atividade antrópica, não apresenta os mesmos níveis de desmatamento e transformação primária da paisagem que outros setores da produção econômica, dado que necessita da natureza conservada para sua existência. Entretanto, ainda se encontra num patamar distante de um ideal de sustentabilidade permeado nos preceitos e conceitos de ecoturismo. Na prática, de um modo geral conta-se com o bom senso dos proprietários de atrativos na questão dos limites de visitação, de forma a não exceder a sua capacidade de suporte. As pesquisas de campo possibilitaram a observação da pressão exercida pelo poder público local, pelos guias de turismo e alguns outros atores do *trade* para a ampliação da capacidade de visitação dos principais atrativos, na ânsia de recuperar volume de mercado – sobretudo na alta temporada. Certamente, esse jogo de interesses se apóia mais nos aspectos econômicos do que ecológicos – o que foge dos preceitos de uma relação ecologicamente sustentável.

3.2 O ecoturismo na RPPN Fazenda São Geraldo – Rio Sucuri

Em 1890 a família Pinheiro veio do estado do Paraná para a região de Bela Vista e se estabeleceram no município. Com perspectiva de expandir seus negócios resolveram comprar terras na região de Bonito, quando então adquiriram a fazenda São Geraldo no ano de 1908 da Sra. Leucádia Alves Salgueiro, pecuarista.

Desde 1908, a família Pinheiro já desenvolvia como atividade econômica a pecuária extensiva. No ano de 1962 o setor recebeu investimentos e, em consequência desta ação, nos anos seguintes houve melhoria nas pastagens, havendo um crescimento no número de cabeças de gado.

Em meados de 1980, outra atividade ganhou destaque na fazenda, a lavoura de soja que se estendia por seis mil hectares. Nesta época começou o rodízio entre os setores da lavoura e pecuária. Outro fato que merece destaque foi o início da exploração do calcário calcítico, ocorrido em 1993. Por sua vez, o turismo na propriedade se iniciou por volta de 1993.

Em 21 de maio de 1999, foi oficializada nos limites da fazenda a RPPN Fazenda São Geraldo, mediante a deliberação nº 003/98 do Conselho Estadual de Controle

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Ambiental – CECA. Com uma área de 642 hectares, compreende a micro-bacia do Rio Sucuri e a margem direita do rio Formoso, situado dentro dos limites da fazenda. Esta área foi a segunda RPPN homologada pela Secretaria do Meio Ambiente – SEMA – de Mato Grosso do Sul. É importante destacar que a área já era uma Área de Preservação Permanente – APP – antes de se tornar uma RPPN (COSTACURTA, 2006). A sua área corresponde a 642 hectares, o que corresponde a 7,63% da área total de 8.406 hectares da fazenda.

Em 1993 ocorreu a promulgação das leis específicas para RPPNs, no Mato Grosso do Sul. No Estado, até o ano de 1998 haviam três RPPNs conforme a lei estabelece, além de outras quatro em processos de homologação. Duas reservas instituídas estão situadas na região de Bonito: RPPN Fazenda São Pedro Barra com 8.000ha e a RPPN Fazenda São Geraldo com 642 ha (SEMADES apud MORSELLO, 2001).

Na RPPN Fazenda São Geraldo é desenvolvido o ecoturismo, com passeios de trilhas e de flutuação (snorkeling) no Rio Sucuri. O passeio desde o início ao retorno ao receptivo dura cerca de duas horas. Para circular no atrativo, utilizam veículos para levar os turistas ao início da RPPN, onde são realizadas caminhadas na trilha de aproximadamente 500 metros, cujo substrato é composto por bolachas de madeira para minimizar parte dos impactos ambientais advindos do pisoteamento. Na trilha se visualiza a fauna e flora locais, as nascentes que formam o rio Sucuri e as ressurgências da água ao longo do curso do rio.

Após este percurso na trilha se inicia o passeio de flutuação, com um percurso aproximado de 1.800m. Àqueles que não conseguirem fazer a flutuando, possuem a opção de utilizar o barco de apoio, para descer o rio apenas observando. Encontram-se no trajeto dois *decks* de apoio com rádios de comunicação para socorrer ou dar assistência para o visitante que apresente alguma dificuldade de realizar o passeio. A flutuação finaliza em um *deck* de madeira, ponto que se caminha em torno de cinquenta metros em *decks* suspensos com uma trilha com bolachas de madeira para retornar ao receptivo no transporte do atrativo. Os passeios de bicicletas e cavalos são realizados em trilhas abertas e fechadas, em outros pontos da fazenda.

A antiga sede da fazenda foi transformada no receptivo do atrativo natural Rio Sucuri e adaptada para receber por volta de cento e vinte pessoas ao dia. Para fazer o passeio de flutuação, o limite estipulado conforme a regulamentação da SEMA é de 15 grupos de oito pessoas, com acompanhamento de guias locais e sob a supervisão constante de um biólogo.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 O perfil da demanda e os fluxos de visitação

A RPPN Fazenda São Geraldo está entre os atrativos mais visitados da região de Bonito. O passeio de flutuação no Rio Sucuri é o grande diferencial do atrativo, sendo as atividades desta natureza uma das mais procuradas de Bonito, considerada como passeio “obrigatório” para quem vai à região. O fluxo anual de visitação no passeio é bastante intenso, com uma forte sazonalidade marcada por picos nas estações

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

verão/inverno – variação comum no destino. Ressalta-se também que pesquisas mais amplas, sobre o fluxo, a sazonalidade e o perfil dos turistas que vão para Bonito ainda não foram realizadas, o que limita as comparações ora realizadas aos dados sobre atrativos específicos. O dado mais preciso, da Associação dos Proprietários de Atrativos Turísticos de Bonito e Região – ATRATUR – apontam para um total médio de setenta mil turistas anuais entre 2005 e 2006 na região. A figura 3 apresenta dados sobre o fluxo de visitação de cinco dos mais visitados atrativos, de forma a auxiliar na compreensão do interesse geral dos turistas que vão para Bonito.

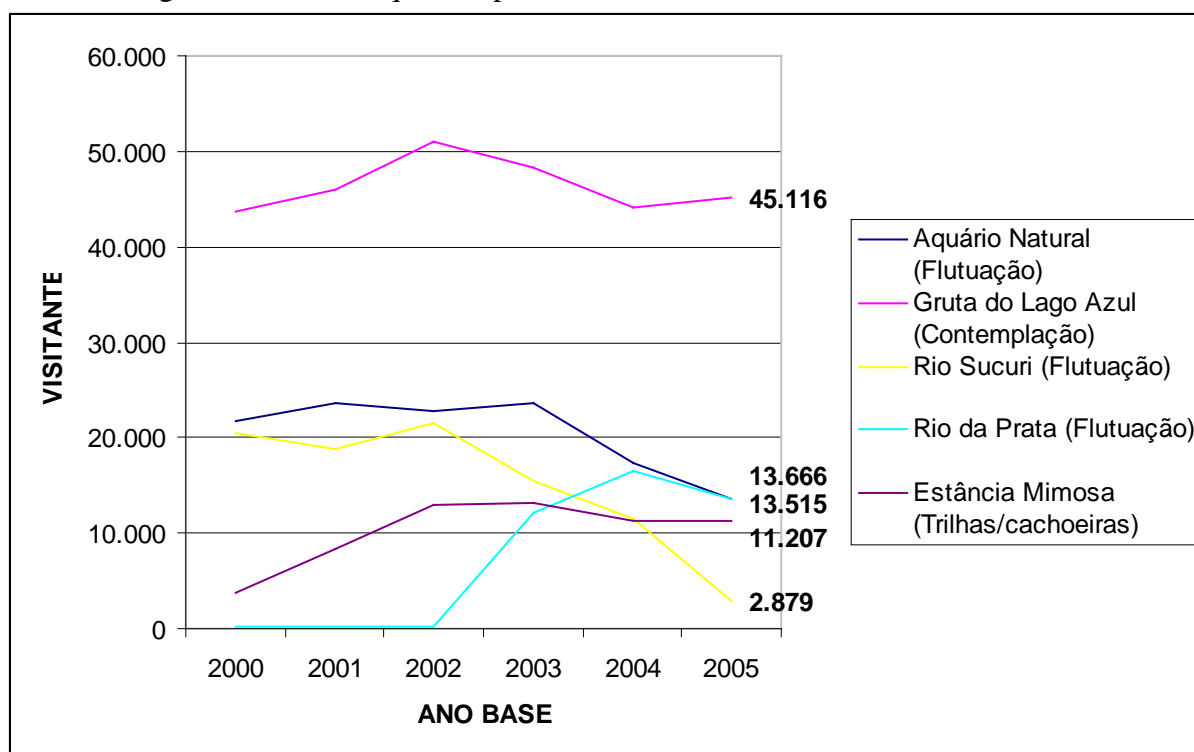


Figura 3 – Curva sazonal de alguns atrativos turísticos da região de Bonito

Fonte: Lobo (2006)

Cabe ressaltar que a queda na visitação do Rio Sucuri se deu por motivos mercadológicos, queda do dólar, abertura de novos atrativos na região, o aumento dos cruzeiros no território nacional, focos de dengue na região. Todavia, nos anos posteriores o atrativo recuperou seu espaço no mercado, atingindo um total acima de 17.000 turistas em 2006 e cerca de 19.000 em 2007.

O perfil geral dos turistas que freqüentam a RPPN Fazenda São Geral é bastante semelhante àquele identificado em outros atrativos na região de Bonito. De um modo geral, há um equilíbrio entre gêneros (50,7% de homens, 49,3% de mulheres), com faixas etárias predominantes de 21 a 31 anos (45,3%), seguida pela faixa que vai dos 31 aos 40 anos (24%). Dos entrevistados, 60,6% possuem no mínimo o nível superior completo de escolaridade. O predomínio do nível superior de escolaridade se repete em atrativos como a Gruta do Lago Azul, com 48% de seus freqüentadores (CUNHA, 2007) e na Estância Mimosa Ecoturismo, com 67,7% da amostra respectiva

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

(YASUNAKA, 2006). Estas informações auxiliam a traçar o perfil médio dos turistas que vão a Bonito, compondo um quadro altamente elitizado. O fato de que apenas 6% dos entrevistados possuem como grau máximo de escolaridade o ensino fundamental corrobora a afirmação acima. Os valores identificados se assemelham à média do ecoturista nacional, cujo nível de escolaridade chega a 57% ao superior completo (KADOTA *et al.*, 2004).

Mas o quadro que define claramente o poder aquisitivo dos turistas é o seu nível de renda média pessoal mensal. Dos turistas entrevistados, 26,7% - mais de um quarto da amostra – possui ganhos mensais pessoais acima de R\$5.000,00. A Figura 4 ilustra as demais proporções dos diferentes níveis pessoais de renda dos entrevistados. Ao considerar a faixa de pessoas que ganham acima de R\$3.000,00 mensais, atinge-se um total de 46,1%, ou seja, quase metade da amostra considerada.

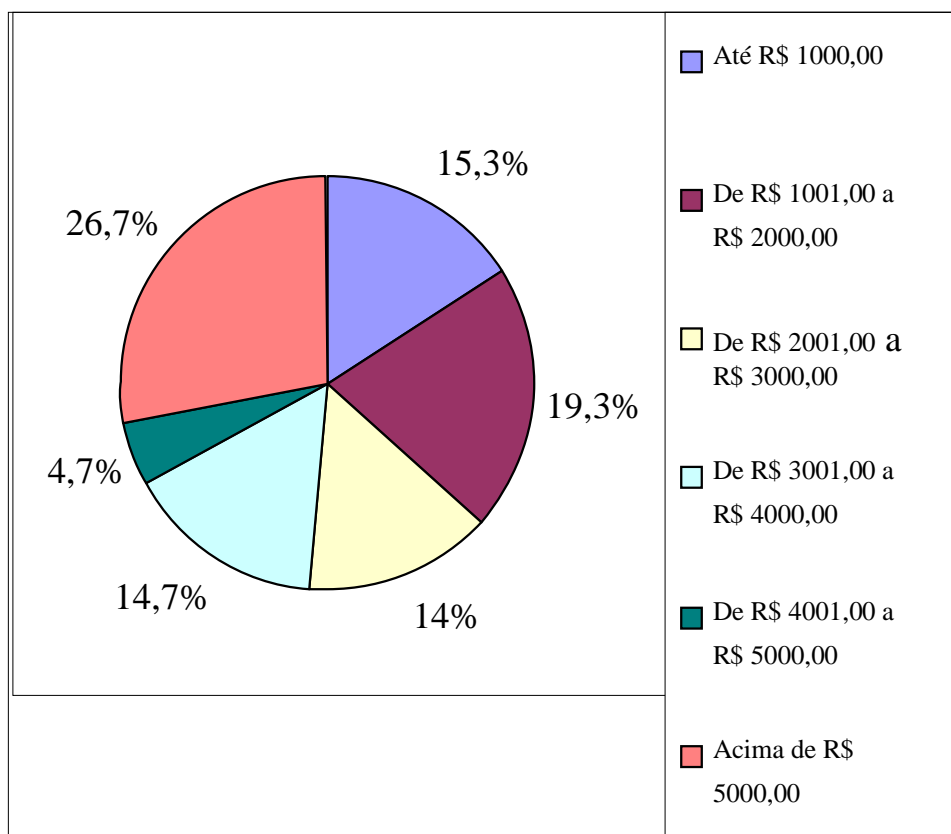


Figura 4 – Renda média pessoal dos visitantes no Rio Sucuri

Fonte: Autor Próprio

Outros dados acessórios também foram apurados para delimitar melhor o perfil dos turistas entrevistados. Em sua maioria, são provenientes do Estado de São Paulo (52%). Há também uma parcela expressiva de estrangeiros, chegando a 11,3%, provenientes principalmente do Paraguai, Porto Rico e do México. Além disso, 86% dos entrevistados estava em Bonito pela primeira vez, representando uma maioria absoluta. Em termos mercadológicos esse dado é expressivo, já que demonstra a volatilidade da

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

demanda e a baixa fidelidade do turista ao destino. A pesquisa não apurou essa linha de forma mais profunda, mas algumas hipóteses podem ser levantadas para pesquisas futuras, relacionando a baixa fidelidade à distância do atrativo dos principais centros emissores ou ao seu custo – já que a falta de opções de passeios pode ser sumariamente descartada, ao considerar que a região oferece, em média, mais de 150 opções de passeios e roteiros distintos.

Por outro lado, a aparente qualidade do passeio reflete em uma alta taxa de indicação de terceiros para a sua realização. Dos entrevistados, 27,3% mencionaram que conheceram o passeio por meio de indicações feitas por amigos e parentes. Esse valor só é menor do que a indicação feita pelas agências e operadoras, que chega a 34%. Com isso, reforçam-se os diferenciais qualitativos da paisagem e do produto oferecido, ponto chave em um processo de gestão de *marketing* de um produto ecoturístico.

4.2 A natureza como fator motivador

Diversas pesquisas realizadas (e.g. YASUNAKA, 2005; LOBO, 2006; SILVA, 2007) focaram na motivação de viagem dos turistas que vão à Bonito. Não há margem para dúvidas de que a natureza é o principal atrativo para a região. Em meio aos aspectos observados nestas pesquisas, atenta-se para o fato de que os turistas sempre ressaltam a importância da conservação do ambiente, tanto para o turismo quanto para a qualidade de vida. Não raro, se referem ao lugar como um verdadeiro paraíso, o que retoma a concepção edênica de natureza, comentada com mais profundidade em trabalhos como o de Diegues (2000).

No caso da presente pesquisa, foram também inseridas algumas questões nesse sentido, de forma a perceber o grau de importância que os turistas conferem à conservação ambiental. Em meio aos resultados tabulados, surgem algumas questões que, a princípio, soam como contraditórias, mas que na verdade são inerentes ao processo de apropriação do mercado sobre a natureza bem como ao ideário consensual de ecoturismo. Como exemplo, 74,7% dos entrevistados afirmaram saber o que é uma RPPN. Um percentual bastante semelhante – 73,3% – afirmou que o fato de o passeio ser realizado em uma RPPN não é decisivo em sua escolha em fazê-lo. A contradição aparece quando 49,3% e 35,3% acharam, respectivamente, excelente ou bom fazer o passeio dentro de uma RPPN. Ora, se a existência da RPPN não é decisória para a compra do passeio, por que tamanha satisfação em estar dentro dela? A questão é complexa, e precisa ser analisada sob o aspecto da percepção e da educação ambiental – as mudanças que podem ter ocorrido durante o passeio – bem como sob o aspecto mercadológico – o envolvimento que é feito exatamente para que o turista saia com esta sensação. Além disso, 91,3% dos entrevistados acreditam que o passeio de flutuação não causa impactos ambientais no meio, o que suscita novas questões sobre a relação entre a conservação ambiental e o mercado turístico.

4.3 A qualidade dos serviços prestados e a satisfação do turista

Para a avaliação do grau de satisfação do turista quanto ao passeio, utilizou-se uma escala qualitativa. Foram definidos cinco graus diferentes de satisfação, com duas

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

escalas positivas, duas negativas e uma neutra – o ponto médio. Dirigiu-se o foco da pesquisa para os equipamentos e infra-estruturas do passeio de flutuação, considerando que todos os turistas teriam contato direto com estes, facilitando a sua avaliação. A tabela 1 sintetiza os itens avaliados e seus respectivos percentuais dentro da escala qualitativa.

Tabela 1 – Equipamentos e estruturas do passeio de flutuação

Equipamentos:	Péssimo	Ruim	Médio	Bom	Excelente
Transporte interno	0,70%	1,30%	19,30%	62,70%	15,30%
Bote de alumínio	0,70%	0,70%	18,0%	62,70%	13,30%
Plataformas (embarque/desembarque)	1,30%	2,70%	10,0%	70,0%	13,30%
Roupa de neoprene	9,30%	4,0%	24,0%	40%	22,70%
Botinhas de neoprene	6,70%	4,70%	16,70%	50,70%	21,30%
<i>Snorkel</i>	4,0%	1,30%	14,70%	54,70%	24,0%
Máscara	3,30%	2,70%	16,0%	52,70%	24,0%
Colete salva-vidas	4,70%	2,70%	17,20%	54,0%	20,0%

Fonte: Autor próprio

Na análise da escala qualitativa utilizada, o item “bom” se sobressaiu dos demais, com uma média de 55,94% dos apontamentos realizados. Somado ao item “excelente”, atinge-se um total de 75,18% de avaliações positivas para o roteiro. Os itens avaliados que mais pesaram na avaliação foram as plataformas de embarque e desembarque (70% bom, 13,3% excelente) e o *snorkel* (54,7% bom, 24% excelente). Por outro lado, os elementos que mais pesaram na avaliação negativa do passeio foram as roupas de neoprene (9,3% péssimo, 4% ruim) e as botinhas de neoprene (6,7% péssimo, 4,7% ruim). Apesar disso, é importante ressaltar que ambos os itens possuíram uma parcela significativa de apontamentos na escala excelente: 22,7% para roupas e 21,3% para botas de neoprene. Esta informação não torna os dados anteriores relativos, dado que seria necessário saber quais as experiências anteriores dos entrevistados no uso de equipamentos de neoprene para equalizar suas escalas de avaliação. Em outras palavras, uma avaliação “excelente” de um usuário que tem seu primeiro contato com o equipamento pode ter um peso diferente da mesma avaliação feita por um usuário frequente deste equipamento. Essa comparação é útil para balizar uma avaliação absoluta da qualidade intrínseca a cada equipamento. Todavia, cabe ressaltar que os dados obtidos são de extrema utilidade para a compreensão do grau de satisfação dos turistas – objeto da presente investigação. Outro dado acessório que auxilia nesta compreensão é que, apesar das diversas avaliações negativas em alguns dos itens, 94,7% dos entrevistados afirmaram que indicariam o passeio para amigos e familiares realizarem.

Na última questão foi deixado um espaço para fazerem críticas e sugestões ao passeio no Rio Sucuri. Este tipo de questão é importante, dado que denota um pequeno esforço por parte do respondente em formular suas opiniões, ao contrário das questões

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

de múltipla escolha, que de certa forma dirigem o entrevistado a se enquadrar em uma das opções sugeridas. Dos 150 entrevistados, 17,1% se utilizaram deste espaço. As suas opiniões e sugestões foram compiladas em diferentes grupos temáticos (figura 5).

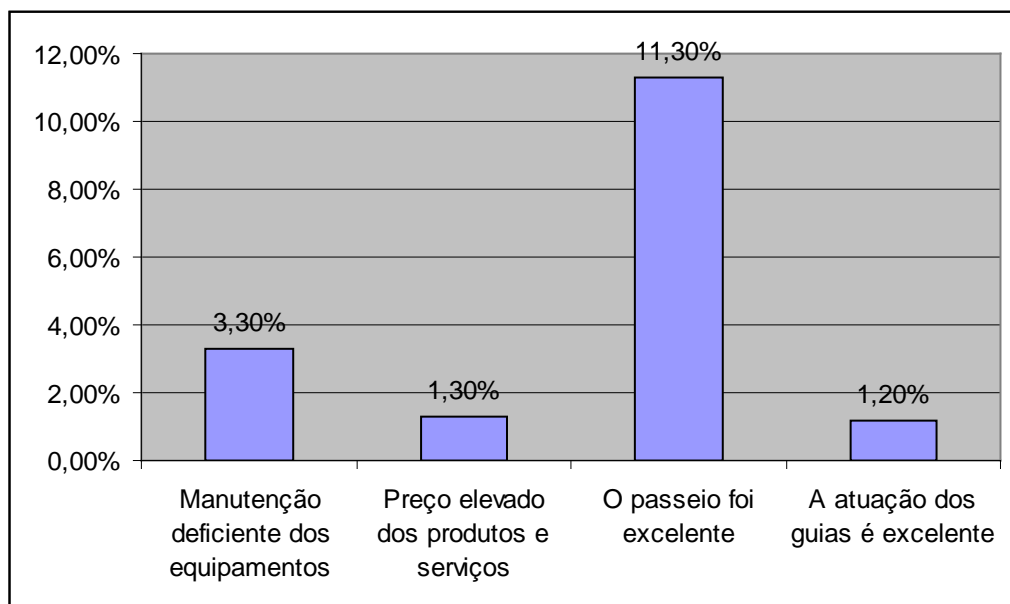


Figura 5 – Resultados compilados da questão aberta

Fonte: Autor próprio

Como observado na figura 5, 12,5% dos entrevistados que fizeram uso do espaço aberto o utilizaram para tecer elogios, quer seja ao passeio, quer aos guias. Apenas 4,6% fizeram algum tipo de sugestão e/ou reclamação, se concentrando na manutenção dos equipamentos e no preço dos serviços prestados.

Kotler (2000, p. 30) lembra que “uma empresa raramente consegue satisfazer a todos em um mercado”. Todavia, com base nas observações dos turistas ao longo da pesquisa, nos resultados apontados nas questões onde o grau de satisfação mensurado foi menor e na questão aberta, foram formulados alguns planos de ação para a RPPN Fazenda São Geraldo, no que diz respeito aos passeios turísticos nela desenvolvidos. É importante mencionar que estas propostas têm a finalidade de agregar valor aos produtos já comercializados – um diferencial ao que existe como padrão já estabelecido. Partindo destes pressupostos, seguem abaixo as seguintes propostas:

1. Utilizar ferramentas de educação ambiental para promover a sensibilização do turista em relação ao meio natural. A educação ambiental pode ser utilizada nos locais que trabalham com visitação turística para ampliar a integração dos turistas com a natureza através da interpretação da biodiversidade e do meio físico local. Assim, poderá fomentar uma reflexão nos visitantes quanto às responsabilidades relativas à conservação da área natural. Neste caso o guia de turismo é um dos principais intermediadores deste processo.

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Para colocá-la em prática é necessário desenvolver um programa de atividades interativas que coloquem em exercício algumas ações, como: coleta seletiva de lixo, compostagem de resíduos orgânicos e a sensibilização por parte dos guias.

Ações deste âmbito demonstram o comprometimento e uma nova postura da empresa em relação ao meio natural e à sociedade. Isto denota um posicionamento de vanguarda para uma empresa que tem na natureza o seu principal recurso. Lembra-se ainda que a área que atualmente traz o retorno financeiro para os gestores, embora seja particular, é uma unidade de conservação da natureza. Seus objetivos de ampliação do contato do ser humano com o meio natural, em uma perspectiva mais ampla de alteração comportamental por meio da experiência vivenciada, não devem ser perdidos de vista em detrimento de uma postura meramente mercadológica. Vale ressaltar que se pode utilizar do contato dos visitantes com o meio ambiente como uma estratégia para iniciar uma sensibilização quanto à importância dos recursos naturais.

2. Procedimentos para avaliar o tempo de vida útil dos equipamentos, pois todo bem – durável ou não durável – deprecia-se ao longo do tempo. Neste caso os equipamentos estão em contato direto com o ambiente, perdendo a sua qualidade devido ao desgaste gerado pelo atrito, ao uso feito de forma nem sempre adequada e pela deterioração natural prevista para todo material. Logo, deve-se realizar uma avaliação criteriosa quanto às condições reais dos equipamentos; definir um período para a troca e ter um estoque compatível com o número de visitantes, a fim de proceder de forma correta quanto ao processo de lavagem e secagem.

Após esta fixação de um período para realizar a reposição no estoque, os custos quanto à compra de equipamentos diminuirão. Caso ocorra somente em longo prazo, todo o material deverá ser substituído de uma única vez, devido o desgaste acumulado, gerando um montante maior de custos.

De forma preliminar, entende-se que para mensurar a vida útil dos equipamentos será necessário levar em conta os seguintes aspectos: a) codificar os equipamentos e criar uma ficha de controle para cada um deles; b) controlar a média de uso dos equipamentos nos períodos de alta e baixa temporada; c) implantar um fundo de crédito para trocas rotineiras e emergenciais dos equipamentos.

3. Potencializar a divulgação dos passeios de cavalo e bicicleta, de forma a fidelizar o turista. Recomenda-se o uso de folhetos específicos para cada passeio, enfatizando suas características para atrair novos visitantes e mantê-los por mais tempo no atrativo. "O marketing não cria hábitos de consumo, mas estimula a compra do produto ou serviços que satisfaçam alguma necessidade latente" (COBRA, 1997, p. 32).

Outra forma de concretizar esta ação consiste em proporcionar formas de descontos especiais para aqueles que desejam realizar os três passeios, proporcionando vantagens para a compra na baixa temporada. Propõe-se potencializar as vendas para mercados que enviam um número considerável de turistas, assim negocia-se o preço por regiões. Cobra (1997) lembra que muitas empresas oferecem descontos sazonais em períodos de baixa temporada como uma alternativa viável de sobrevivência no mercado. Esta estratégia já foi sugerida por Yasunaka (2006) na análise da demanda turística da Estância Mimosa Ecoturismo em Bonito-MS, apresentando resultados positivos e viáveis para a sua implantação.

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os métodos utilizados para a presente pesquisa atenderam de forma satisfatória aos objetivos propostos. O uso de questionários em campo, aplicados após a realização do passeio de flutuação, permitiu a compreensão das expectativas – atingidas ou não – dos entrevistados. A tabulação no *software* SPSS for Windows 13 permitiu a criação de um banco de dados para uso posterior em pesquisas relacionadas ao atrativo e aos fluxos turísticos gerais para a região de Bonito.

Os resultados obtidos por meio da pesquisa permitiram a observação de características básicas dos turistas da RPPN Fazenda São Geraldo. No geral, este perfil não se difere muito daquele encontrado em outros atrativos de semelhante potencial mercadológico estratégico da região, como a Gruta do Lago Azul e a Estância Mimosa. As diferenças mais significativas observadas não derivam tanto das amostras em si, mas sim, dos distintos formulários utilizados para as pesquisas de cada um destes atrativos. Face ao exposto, é possível levantar uma hipótese sobre a elitização do ecoturismo na Serra da Bodoquena. Entretanto, para que uma pesquisa nesse sentido alcance dados mais amplos e significativos, os atrativos mais populares – como os balneários – e os feriados festivos como o Carnaval precisam ser pesquisados, já que é perceptível a mudança no público que visita Bonito nestes locais e atrativos em relação aos períodos normais de alta temporada e aos atrativos mais famosos.

Quanto aos aspectos da conservação ambiental na RPPN, as respostas obtidas tornam a questão um tanto quanto nebulosa, permitindo questionamentos sobre a real importância que o turista dá para a conservação sob o ponto de vista legal e sob a ótica da sustentabilidade em um prazo mais amplo de tempo. Mas é perceptível também que a natureza ainda é o principal fator motivador do turismo na região, o que não é suficiente para que a forma de praticar o turismo em Bonito seja classificada como ecoturismo sob o ponto de vista conceitual. Muito embora para o mercado esta atividade seja classificada como ecoturismo, aspectos mais profundos relacionados à conservação da natureza e da cultura locais precisam ser estudados de forma mais ampla, levantando assim, mais uma possibilidade de continuidade dos trabalhos – quer seja no atrativo, quer na região como um todo.

Em relação à satisfação dos respondentes pode-se pontuar que quanto aos equipamentos disponibilizados a grande maioria demonstrou alto grau de satisfação pelo passeio. Algumas sugestões foram colocadas por meio das questões abertas, outras interpretadas a partir dos dados obtidos, de forma a auxiliar no processo de obtenção de um grau maior de excelência no atrativo. O maior ponto de fragilidade operacional observado foi quanto aos equipamentos básicos para a flutuação. Ressalta-se que estas observações não foram feitas sob a ótica meramente mercadológica, mas sim, visando tornar a experiência do visitante o mais satisfatória quanto possível. Entende-se que o turista, ao se sentir mais seguro e satisfeito, poderá ampliar as suas ligações analítico-valorativas com o meio, o que auxilia na interpretação e percepção ambiental. Consequentemente estes fatores podem contribuir para uma gestão mercadológica diferenciada ao se comparar com grande parte dos atrativos que se localizam na região de Bonito. Além disso, uma falha nos equipamentos e procedimentos adotados pode implicar em impactos ambientais negativos ou até mesmos danos no meio, o que vai de

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

encontro ao objetivo geral de conservação da natureza, ora expresso através da implantação de uma RPPN.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, F.F.M. Geologia da Serra da Bodoquena (Mato Grosso). In: BRASIL. Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM). **Boletim da Divisão de Geologia Mineral**. Brasília, n. 219. 1965.

ANDRADE, J.V. **Turismo fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 1995.

BARBOSA, M.A.C.; ZAMBONI, R.A. **Formação de um *cluster* em torno do turismo de natureza sustentável em Bonito – MS**. Brasília: Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão/Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2000.

BATARCE, A.P.A. **Unidades de conservação e produção do espaço: O Parque Nacional da Serra da Bodoquena**. Dourados: UFMS, 2004. Dissertação (Mestrado em Geografia), Campus de Dourados, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2004.

BOGGIANI, P.C. Ciência, meio ambiente e turismo em Bonito: a combinação que deu certo? In: BANDUCCI JÚNIOR, Á.; MORETTI, E.C. (orgs.). **Qual paraíso?** Turismo e ambiente em Bonito e no Pantanal. São Paulo: Chronos/UFMS, 2001.

_____. **Estudo de impacto ambiental da visitação turística do Monumento Natural Gruta do Lago Azul – Bonito, MS**. Campo Grande: UFMS, 2002.

BRASIL. MMA. MICT. IBAMA. EMBRATUR. **Diretrizes para uma política nacional de ecoturismo**. Brasília: EMBRATUR, 1994.

BRASIL. **Lei nº 9985 de 18 de julho de 2000**. Dispõe sobre o Sistema Nacional de Unidades de Conservação. Brasília: Presidência da República, 2000. Disponível em: <<https://www.presidencia.gov.br/>>. Acesso em: 28 jun. 2007.

COBRA, M. **Marketing Básico: uma perspectiva brasileira**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

_____. **Marketing de turismo**. 2.ed. São Paulo: Cobra, 2001.

COSTACURTA, M.B. **Plano de Manejo Rio Sucuri**. Bonito: RPPN São Geraldo, 2006.

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

CUNHA, F.M. **Análise do perfil do turista e sua percepção quanto aos impactos gerados pela visitação turística ao Monumento Natural Gruta do Lago Azul, Bonito-MS.** Dourados: UEMS, 2007. Relatório de Iniciação Científica (Curso de Turismo), Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, 2007.

DENCKER, A.F.M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo.** 4.ed. São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, J. **A região cárstica de Bonito, MS:** uma proposta de zoneamento geoecológico a partir de unidades da paisagem. Ensaios e ciência. Campo Grande, v. 4, n. 1, p. 09-43, abr. 2000.

DIEGUES, A.C.S. **O mito moderno da natureza intocada.** 3.ed. São Paulo: Hucitec, 2000.

GIL, A.C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 4.ed. São Paulo: Atlas, 1994.

GNASPINI, P.; TRAJANO, E.; SÁNCHEZ, L.E. Província espeleológica da Serra da Bodoquena, MS: exploração, topografia e biologia. **Espeleotema**, Monte Sião, v. 17, p. 19-42, 1994.

GRECHI, D.C. **Resgate histórico do sistema de gestão do turismo em Bonito – MS.** Brasília: UnB, 2002. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável), Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, 2002.

KADOTA, D.; HADDAD, E.; RABAHY, W.A. Aspectos do ecoturismo: perfil do turismo praticado em parques nacionais e áreas naturais conservadas. **Turismo em números**, São Paulo, 2004. Caderno de estatísticas. V. 35.

KOTLER, P. **Administração de Marketing.** São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LOBO, H.A.S. **O lado escuro do paraíso:** espeleoturismo na Serra da Bodoquena. Aquidauana: UFMS, 2006. Dissertação (Mestrado em Geografia), Departamento de Geociências, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. 2006.

MAGALHÃES, G.W. **Pólos de Ecoturismo:** planejamento e gestão. Brasil. São Paulo: Terragraph, 2001.

MARIANI, M.A.P. **Turismo e Meio Ambiente no Paraíso das Águas.** Campo Grande: UCDB, 2003.

MIRANDA, E.E. (Coord.). **Brasil em relevo.** Campinas: Embrapa Monitoramento por Satélite, 2005. Disponível em <<http://www.relevobr.cnpm.embrapa.br>>. Acesso em 11 jun. 2006.

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

MORETTI, E.C. Atividade turística: produção e consumo do lugar Pantanal. In: BANDUCCI JÚNIOR, Á.; MORETTI, E.C. (orgs.). **Qual paraíso?** Turismo e ambiente em Bonito e no Pantanal. São Paulo: Chronos/UFMS, 2001.

MORSELLO, C. **Áreas Protegidas Públicas e Privadas:** seleção e manejo. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2001.

PIRES, P.S. **Dimensões do ecoturismo.** São Paulo: SENAC, 2002.

RUSCHMANN, D.M. **Turismo e planejamento sustentável:** a proteção do meio ambiente. 11.ed. Campinas: Papirus, 2004.

SALLUN FILHO, W.; KARMANN, I.; BOGGIANI, P.C. Paisagens cársticas da Serra da Bodoquena (MS). In: MANTESSO NETO, V.; CARNEIRO, A.B.C.; NEVES, B.B.B. (Orgs.). **Geologia do continente Sul-americano:** evolução da obra de Fernando Flávio Marques de Almeida. São Paulo: Beca, 2004.

_____.; _____. Cavernas da Serra da Bodoquena, Mato Grosso do Sul. **Informativo SBE**, Campinas, n. 91, p. 43-7, maio-dez. 2005.

TAVARES, Mauro Calixta. **Gestão Estratégica.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

VARGAS, I.A. A gênese do turismo em Bonito. In: BANDUCCI JÚNIOR, Á.; MORETTI, E.C. (orgs.). **Qual paraíso?** Turismo e ambiente em Bonito e no Pantanal. São Paulo: Chronos/UFMS, 2001.

YASUNAKA. G.S. **Análise da demanda turística da Estância Mimosa Ecoturismo - Bonito/MS.** Dourados: UEMS, 2006. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo), Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, 2006.